500+ AI ПІДКАЗОК ДЛЯ БІЗНЕС

500+ підказок AI для Бізнес

ДАКОТА ФРАНДСЕН

Сара Ларсон



Мережева академія «Лисий і шалений».

ЗМІСТ С

VI – ЗМІСТ

Перший набір, 2024

| 1 |

вступ

Ласкаво просимо до мережі Bald and Bonkers Комплексний набір інструментів Академії, розроблений, щоб допомогти підприємцям і власникам бізнесу орієнтуватися в динамічному ландшафті сучасної торгівлі. В епоху, яка характеризується швидким технологічним прогресом і постійною динамікою ринку, використання можливостей штучного інтелекту (ШІ) більше не є розкішшю, а необхідністю для сталого зростання та успіху.

На передньому краї цієї цифрової революції Bald and Bonkers Network LLC з гордістю представляє «500+ AI підказок для бізнесу», куратор

Колекція, ретельно створена, щоб забезпечити вас інструментами, необхідними для досягнення нових висот. Незалежно від того, чи є ви досвідченим підприємцем, який шукає інноваційні стратегії, чи власником-початківцем, який прагне посісти нішу на конкурентному ринку, ця книга стане вашим незамінним супутником.

На цих сторінках ви знайдете безліч підказок, керованих штучним інтелектом, розроблених для вирішення різноманітних аспектів бізнес-операцій, від стратегічного планування та маркетингу до залучення клієнтів і не тільки. Кожна підказка ретельно розроблена, щоб стимулювати творчість, розвивати стратегічне мислення та надихати на практичні висновки, що дає вам змогу приймати обґрунтовані рішення, які просуватимуть ваш бізнес вперед.

У рамках нашої відданості сприянню підприємницькій досконалості Bald and Bonkers Network Academy підготувала цю колекцію за допомогою досвіду професіоналів галузі, спираючись на останні досягнення в технології штучного інтелекту та передовий досвід управління бізнесом. Наша мета проста: надати вам всебічне

набір інструментів, який не лише спрощує ваш робочий процес, але й розвиває культуру інновацій та адаптивність у вашій організації.

Якщо ви починаєте нову справу, прагнете оптимізувати існуючі процеси чи прагнете бути на випередженні на ринку, що швидко розвивається, «500+ AI Prompts for Business» — це ваш ресурс для розкриття невикористаного потенціалу та стимулювання сталого зростання. Приєднуйтесь до нас у цій трансформаційній подорожі, оскільки ми використовуємо потужність штучного інтелекту, щоб революціонізувати ваш спосіб ведення бізнесу.

Ласкаво просимо в нову еру підприємницької майстерності. Ласкаво просимо до мережі «Лисий і божевільний» роботи академії.

Давайте вирушимо в цю подорож разом і переосмислимо майбутнє бізнесу.

Чи готові ви повністю розкрити свій потенціал? Давайте зануримося.

| 2 |

Підказки GEO SEO

1. Я хочу, щоб ви виступали в ролі SEO-експерта. Мій перший запит: «Мені потрібна допомога в розробці стратегії SEO для моєї компанії».
2. Я хочу, щоб ви виступали в ролі SEO-експерта. Мій перший запит: «Мені потрібна допомога, щоб зрозуміти, як створити ефективний посібник з оптимізації пошукових систем».
3. Я хочу, щоб ти діяв як впливова особа в соціальних мережах. Ви будете створювати контент для різних платформ, таких як Instagram, Twitter або You-Tube, і взаємодіяти з підписниками, щоб підвищити впізнаваність бренду та просувати продукти чи послуги. Моя перша повторна пропозиція: «Мені потрібна допомога у створенні цікавого

кампанія в Instagram з просування нової лінії спортивного одягу».

4. Я хочу, щоб ти діяв як менеджер соціальних мереж. Ви відповідатимете за розробку та проведення кампаній на всіх відповідних платформах, залучення аудиторії, відповідаючи на запитання та коментарі, моніторинг розмов за допомогою інструментів керування спільнотою, використання аналітики для вимірювання успіху, створення цікавого вмісту та регулярне оновлення. Моя перша пропозиція: «Мені потрібна допомога в управлінні присутністю організації в Twitter, щоб підвищити впізнаваність бренду».
5. Перефразуйте наступний електронний лист як спеціаліст із SEO; нехай це буде весело та професійно, приділяючи велику увагу граматичним правилам:
6. Порекомендуйте X популярних блогів про [нішу], які охоплюють [тему], та їхні URL-адреси в таблиці.
7. Мені потрібно, щоб ви були копірайтером і створили сценарій для вебінару з інформативною тональністю, що сподобається технічно підкованим людям. Контент має наголошувати на перевагах бути в курсі останніх технологій і безперебійного підключення.

8. Будь ласка, виступайте копірайтером і створіть кампанію з хеш-тегами для продукту. Тон повинен бути інформативним і орієнтуватися на клієнтів, які цінують отримати максимум за свої гроші. The слід зосередитися на тому, як продукт допомагає вони максимізують свої інвестиції та отримують найвигідніший результат.
9. Як контент-маркетолог, напишіть привабливу мета опис допису в блозі з ключовим словом [X], гарантуючи, що метаопис містить не більше [X] символів.
10. Як фахівець з оптимізації пошукових систем, я хотів би, щоб ви цього зробили розробити стратегію покращення пошуку рейтинг системи [URL] за ключовими словами: "[ключове слово 1]", "[ключове слово 2]" і "[ключове слово 3]." Технічне SEO - Підказки
11. Створіть розмітку схеми сторінки поширених запитань наступні запитання та відповіді:...
12. Створіть теги hreflang для показу сторінки, орієнтовані на [країну] на [мова], [країна] на [мову] та [країну] на [мову]...

13. Створіть правила перезапису .htaccess для 301-re- напрямок [джерело розташування] до [місце призначення] ...

14. Створіть правила robots.txt для блокування сканування [розташування для блокування], але дозволити сканування [розташування для сканування] в межах домену...

15. Створіть дійсну XML карту сайту, що містить такі URL-адреси: [URL-адреси]

16. Створіть заборонений і канонічний для [URL].

17. Виконуйте функції спеціаліста з оптимізації пошукових систем, аналізуйте [URL-адресу веб-сайту] та вносьте пропозиції щодо покращення технічної оптимізації пошукових систем із способами внесення цих покращень, наведеними в Список SEO – підказки 18.

«Я шукаю способи оптимізації тегів заголовків і метаописів мого веб-сайту для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайту про «{topic}».»

19. «Я шукаю способи покращити час завантаження мого веб-сайту та швидкість сторінки для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайту про «{topic}».»

20. «Я шукаю способи створити та оптимізувати вміст мого веб-сайту для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайту про «{topic}».»

21. «Я шукаю способи використання тегів заголовків і структурування вмісту мого веб-сайту для оптимізації пошукових систем на сторінці для мого веб-сайту про '{topic}'».

22. «Я шукаю способи оптимізувати свій

зображення та відео веб-сайту для розміщення на сторінці SEO для мого веб-сайту про "{topic}".

23. «Я шукаю способи використання внутрішніх посилань для пошукової оптимізації на сторінці свого веб-сайту про "{тема}".
24. «Я шукаю способи використання тегів alt для зображення для SEO на сторінці для мого веб-сайту про "{тему}".
25. «Я шукаю способи використання розмітки схеми для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайту про "{тема}".
26. «Я шукаю способи використання повторного пошуку за ключовими словами та націлювання для пошукової оптимізації на сторінці для мій веб-сайт про "{topic}".
27. «Я шукаю способи покращити оптимізацію сторінок свого веб-сайту за допомогою структурованих даних для «{topic}».»
28. «Я шукаю способи покращити доступність свого веб-сайту для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайт про '{topic}'"
29. «Я шукаю способи використання соціальних мереж теги для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайту про "{тема}"
30. «Я шукаю способи покращити свій веб-

мобільна оптимізація сайту для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайту про '{topic}'"

31. «Я шукаю способи використовувати перенаправлення та сторінки помилок 404 для пошукової оптимізації на сторінці свого веб-сайту про '{topic}'»
32. «Я шукаю способи використання аналітики та відстеження для оптимізації пошукових систем на сторінці свого веб-сайту про '{topic}'»
33. «Я шукаю способи використання розмітки структурованих даних для пошукової оптимізації на сторінці свого веб-сайту про '{topic}'»
34. «Я шукаю способи використання канонічних тегів для пошукової оптимізації на сторінці свого веб-сайту про '{topic}'»

35. «Я шукаю способи покращити структуру URL-адреси мого веб-сайту для пошукової оптимізації на сторінці мого веб-сайту про '{topic}'»
36. «Я шукаю способи використання розширених фрагментів коду для пошукової оптимізації на сторінці свого веб-сайту про '{topic}'»
37. «Я шукаю способи покращити пошукову оптимізацію на сторінці свого веб-сайту, створивши карту сайту для '{topic}'»

38. «Я шукаю способи покращити пошукову оптимізацію на сторінці мого веб-сайту шляхом оптимізації HTML-коду мого веб-сайту для «{topic}»»

39. «Я шукаю способи використання мета-роботів
теги для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайту про
"{тема}"
40. «Я шукаю способи покращити пошукову оптимізацію на
сторінці свого веб-сайту, створивши файл robots.txt
файл для '{topic}'”
41. «Я шукаю способи оптимізувати SEO на сторінці мого веб-
сайту за допомогою schema.org для
"{тема}"
42. «Я шукаю способи покращити SEO на сторінці свого веб-
сайту за допомогою JSON-LD для
"{тема}"
43. «Я шукаю способи використання сухарів
навігація для пошукової оптимізації на сторінці для мого веб-сайту
про '{topic}'”
44. «Я шукаю способи використання мультимедіа для
пошукова оптимізація на сторінці для мого веб-сайту про '{topic}'”
45. «Я шукаю способи використання мультимедіа для
пошукова оптимізація на сторінці для мого веб-сайту про '{topic}'”
46. «Я шукаю способи покращити пошукову оптимізацію на
сторінці свого веб-сайту за допомогою внутрішніх посилань
і прив’язні тексти для '{topic}'”
47. «Я шукаю способи покращити SEO на сторінці мого веб-
сайту шляхом оптимізації

XML-карта сайту сайту для '{topic}'" Список SEO на сторінці - Підказки 48. “Я шукаю способи покращити пошукову оптимізацію за межами сторінки свого веб-сайту за допомогою створення посилань для '{topic}'.”

49. «Я шукаю способи підвищити видимість свого веб-сайту в соціальних мережах для пошукової оптимізації за межами сторінки для «{topic}».»

50. «Я шукаю способи оптимізувати мій веб-сайт для локального SEO, щоб покращити пошукову оптимізацію за межами сторінки для '{topic}'.»

51. «Я шукаю способи використання гостьових блогів для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки мого веб-сайту для «{topic}».»

52. «Я шукаю способи використовувати впливовий маркетинг, щоб підвищити пошукову оптимізацію за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»

53. «Я шукаю способи використати потужність соціальних сигналів для пошукової оптимізації за межами сторінки свого веб-сайту про «{topic}».»

54. «Я шукаю способи використати створення непрацюючих посилань для пошукової оптимізації за межами сторінки свого веб-сайту про '{topic}'».

55. «Я шукаю способи покращити свій

SEO поза сторінкою веб-сайту за допомогою онлайн-каталогів і цитат для '{topic}'».

56. «Я шукаю способи використання прес-релізів для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки свого веб-сайту про '{topic}'.»
57. «Я шукаю способи використання розмітки в соціальних мережах для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про '{topic}'».
58. «Я шукаю способи використання платформ запитань і відповідей, щоб покращити пошукову оптимізацію за межами сторінки для мого веб-сайту на тему «{topic}».»
59. «Я шукаю способи використання посилань для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
60. «Я шукаю способи використання форуму та спільноти для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки мого веб-сайту про «{topic}».»
61. «Я шукаю способи використання аналізу зворотних посилань конкурентів для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
62. «Я шукаю способи використання згадок про бренд для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
63. «Я шукаю способи покращити свій веб-

SEO поза сторінками сайту, створюючи високоякісну інфографіку для '{topic}'».

64. «Я шукаю способи використання розмітки схеми для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
65. «Я шукаю способи використання онлайн-прес-релізів для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
66. «Я шукаю способи використання онлайн-каталогів і цитат для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
67. «Я шукаю способи використання соціальних медіа для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки свого веб-сайту про '{topic}'».
68. «Я шукаю способи використання реклами в соціальних мережах для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
69. «Я шукаю способи використання властивостей Web 2.0 для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
70. «Я шукаю способи використання подкастів і відео, щоб покращити пошукову оптимізацію за межами сторінки свого веб-сайту на тему «{topic}».»
71. «Я шукаю способи використання електронного маркетингу

щоб покращити пошукову оптимізацію за межами сторінки для мого веб-сайту про '{topic}'».

72. «Я шукаю способи використання сайтів обміну документами для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
73. «Я шукаю способи використання мобільних програм для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
74. «Я шукаю способи використання підмісій Classifieds, щоб покращити пошукову оптимізацію за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
75. «Я шукаю способи використання закладок і тегів для покращення пошукової оптимізації за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
76. «Я шукаю способи використання обміну посиланнями та купівлі посилань, щоб покращити пошукову оптимізацію за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»
77. «Я шукаю способи використовувати зв'язки з громадськістю, щоб покращити пошукову оптимізацію за межами сторінки для мого веб-сайту про «{topic}».»

| 3 |

Підказки для копірайтингу

1. Що таке модель AIDA і якою вона може бути

   використовується в копірайтингу?
2. Як я можу використовувати формулу PAS для створення

   переконлива копія?
3. Чим відрізняється ознака

   а користь в копірайтингу?
4. Як я можу використовувати сторітелінг у своєму

   копірайтингу, щоб зв'язатися зі своєю аудиторією?
5. Які загальні формули копірайтингу і як їх можна

   використовувати?
6. Як я можу використовувати соціальні докази в моєму

   копірайтингу, щоб зміцнити довіру своєї аудиторії?

7. Які найкращі практики написання заголовків у копірайтингу?
8. Як я можу використовувати емоційні заклики у своєму копірайтингу, щоб створити міцний зв’язок із моєю аудиторією?
9. Чим відрізняється пряме пере-

   відповідний копірайтинг і бренд-копірайтинг?
10. Як я можу використовувати дефіцит і терміновість у моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
11. Як я можу використати метод «Проблема-агітація-вирішення» в копірайтингу?
12. Яких поширених помилок у копірайтингу слід уникати?

13. Як я можу використовувати сильні слова у своїх текстах, щоб збільшити конверсію?
14. Яка різниця між довгим і коротким копірайтингом?

15. Як я можу використовувати відгуки клієнтів у моєму копірайтингу, щоб створити довіру з моїми слухачами
   ence?
16. Яка різниця між копірайтингом для Інтернету та копірайтингом для друку?
17. Як я можу використовувати сторітелінг у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?

18. Як я можу використовувати метод «до-після-міст» у моєму копірайтингу?
19. Яка різниця між копірайтингом для B2C та B2B?

20. Як я можу використовувати метод перевернутої піраміди в своєму копірайтингу?
21. Як я можу використати силу конкретності у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
22. Як я можу використовувати силу почуттів у моєму копірайтингу, щоб створити емоційний зв'язок зі своєю аудиторією?
23. Які менш відомі техніки копірайтингу можна використати для збільшення конверсії?
24. Як я можу використовувати гумор у своєму копірайтингу, щоб зв'язатися зі своєю аудиторією?
25. Чи можете ви навести мені приклад успішної копірайтингової кампанії, яка була несподіваною чи нетрадиційною?
26. Як я можу використовувати чуттєву мову в моєму копірайтингу, щоб створити сильніший емоційний зв'язок зі своєю аудиторією?
27. Чи можете ви навести приклад копірайтингу, який успішно звертається до почуттів?

28. Як я можу використати силу контрасту у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?
29. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу контрасту?
30. Як я можу використати силу асоціацій у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
31. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу асоціацій?
32. Як я можу використовувати силу передбачення в моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
33. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу передбачення?
34. Як я можу використати силу цікавості у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?
35. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу цікавості?
36. Як я можу використати силу ностальгії у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?
37. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу ностальгії?

38. Як я можу використати силу несподіванки у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
39. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу несподіванки?
40. Як я можу використати силу повторення у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
41. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу повторення?
42. Як я можу використати силу ексклюзивності у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
43. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу ексклюзивності?
44. Як я можу використати силу авторитету у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
45. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу авторитету?
46. Як я можу використати силу дефіциту в своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
47. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу дефіциту?

48. Як я можу використовувати силу терміновості у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?
49. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу терміновості?
50. Як я можу використати силу простоти у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?
51. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу простоти?
52. Як я можу використовувати силу конкретності у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?
53. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу конкретності?
54. Як я можу використати силу особистого підходу у своєму копірайтингу, щоб збільшити версії?
55. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовує силу особистого підходу?
56. Як я можу використати силу підходу «що з цього для мене» у своєму копірайтингу, щоб збільшення конверсій?
57. Чи можете ви навести приклад успішного

кампанії копірайтингу, яка використовує підхід «що з цього для мене?»

58. Як я можу використати силу підходу «що з цього для них» у своєму копірайтингу, щоб збільшення конверсій?
59. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, у якій використовувався підхід «що з цього для них»?
60. Як я можу використати силу підходу «що з цього для нас?» у своєму копірайтингу, щоб збільшення конверсій?
61. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, у якій використовувався підхід «що з цього для нас?»?
62. Як я можу використовувати силу підходу «що це в цьому для світу» у моєму копірайтингу збільшити конверсію?
63. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, у якій використовувався підхід «що з цього для світу»?
64. Як я можу використовувати силу підходу «що це в майбутньому» у моєму копірайтингу збільшити конверсію?

65. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу підходу «що в майбутньому?»?

66. Як я можу використати силу підходу «що залишилося в минулому» у своєму копірайтингу, щоб збільшення конверсій?

67. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, у якій використовувався підхід «що залишиться в минулому»?

68. Як я можу використати силу підходу «що це в подарунок» у своєму копірайтингу збільшити конверсію?

69. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, у якій використовувався підхід «що в цьому зараз?»

70. Як я можу використати силу підходу «що в цьому для майбутнього і минулого» у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?

71. Чи можете ви навести приклад успішної копірайтингової кампанії, яка використовувала силу підходу «що в цьому для майбутнього і минулого»?

72. Як я можу використати силу підходу «що в цьому для сьогодення, минулого та майбутнього» у моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсії?
73. Як я можу використати силу запитань у своєму копірайтингу, щоб підвищити залучення?
74. Як я можу використати силу оповідання в моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
75. Як я можу використати силу знайомих у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
76. Як я можу використати силу незнайомості у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
77. Як я можу використати силу невідомого у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
78. Як я можу використати силу відомого у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
79. Як я можу використовувати силу підсвідомості в моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
80. Як я можу використовувати силу свідомості в моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
81. Як я можу використати силу простоти у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
82. Як я можу використати силу складності у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?

83. Як я можу використати силу негативу в моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
84. Як я можу використати силу позитиву у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
85. Як я можу використати силу особистості у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
86. Як я можу використати силу знеособленого у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
87. Як я можу використати силу від першої особи у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
88. Як я можу використати силу другої особи в моєму копірайтингу, щоб збільшити кон-
версії?
89. Як я можу використати силу третьої особи у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
90. Як я можу використати силу сьогодення у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
91. Як я можу використати силу минулого у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?
92. Як я можу використати силу майбутнього у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?
93. Як я можу використати силу гіпотетики у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
94. Як я можу використовувати силу справжнього у своєму копірайтинг для збільшення конверсії?

95. Як я можу використати силу фантастичного у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
96. Як я можу використати силу підсвідомості в своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
97. Як я можу використати силу суперлімінал у у своєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
98. Як я можу використати силу прямого написання тексту, щоб збільшити конверсію?
99. Як я можу використати силу непрямого в моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
100. Як я можу використати силу неявного в моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
101. Як створити переконливі заголовки, які привернуть увагу читача?
102. Які найкращі практики для написання переконливих текстів?
103. Як я можу використовувати сторітеллінг у своєму копірайтингу, щоб зв’язатися з читачем?
104. Яких типових помилок слід уникати в копірайтингу?
105. Як я можу використовувати емоційні тригери в моєму копірайтингу, щоб збільшити конверсію?
106. Які способи використання мовного ефекту тивно в копірайтингу?

107. Як я можу використовувати соціальні докази в моєму копірайтингу, щоб зміцнити довіру?
108. Які існують прийоми для створення відчуття терміновості в моєму копірайтингу?
109. Як я можу використовувати сильні слова у своєму копірайтингу, щоб викликати сильну емоційну реакцію?
110. Які існують способи використання гумору в копірайтингу, щоб зробити повідомлення більш привабливим?

111. Як я можу використовувати методи переконання, такі як дефіцит, авторитет і симпатія у своєму копірайтингу?

112. Які існують способи використання сторітелінгу, щоб зробити мій копірайтинг більш привабливим?
113. Як я можу використовувати переконливий копірайтинг для збільшення конверсій на моєму веб-сайті?
114. Назвіть способи використання копірайтингу для підвищити впізнаваність бренду?
115. Як я можу використовувати копірайтинг для підвищення залученості в соціальних мережах?
116. Назвіть кілька способів використання копірайтингу, щоб збільшити кількість відкритих електронних листів і кількість кліків ставки?
117. Як я можу використовувати копірайтинг для збільшення продажів на веб-сайтах електронної комерції?

118. Назвіть способи використання копірайтингу для збільшити генерацію потенційних клієнтів?

119. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних кнопок із закликом до дії?

120. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективні цільові сторінки?

121. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних описів продукту?

122. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективні кампанії електронною поштою?

123. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефекту рекламні листи?

124. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективні брошури?

125. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективної інфографіки?

126. Назвіть способи використання копірайтингу для створювати ефективні сценарії відео?

127. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних сценаріїв подкастів?

128. Назвіть способи використання копірайтингу для створювати ефективні публікації в соціальних мережах?

129. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективної рекламної копії?

130. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективні слогани?

131. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних слоганів?

132. Назвіть способи використання копірайтингу для створювати ефектні джингли?

133. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних медійних оголошень?

134. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективну радіорекламу?

135. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефекту телевізійна реклама?

136. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективні білборди?

137. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективної упаковки?

138. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективні кампанії прямої розсилки?

139. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних брошур?

140. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективну друковану рекламу?

141. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних флаєрів?

500+ ШІ-ПІДКАЗОК ДЛЯ БІЗНЕСУ – 29

142. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективні білборди?

143. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних плакатів?

144. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективну рекламу в соціальних мережах?

145. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних пошукових оголошень?

146. Назвіть способи використання копірайтингу для створити ефективну відеорекламу?

147. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефекту ремаркетингові оголошення?

148. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефективних свинцевих магнітів?

149. Назвіть способи використання копірайтингу для створювати ефективні вебінари?

150. Як я можу використовувати копірайтинг для створення ефекту воронки продажів?

| 4 |

Підказки щодо структури вмісту

1. Виконуйте функції спеціаліста з контент-маркетингу для кулінарного веб-сайту. Створіть вичерпний план публікації в блозі, орієнтований на поради та підказки щодо приготування їжі, орієнтований на зайнятих професіоналів з розмовним тоном і бажаною довжиною 1200-1500 слів.
2. Виступати фахівцем з контент-маркетингу модного бренду. Створіть вичерпний план допису в блозі, зосереджений на наданні порад і хитрощів для створення стійкого гардеробу, націленого на екологічно свідомих споживачів за допомогою тону розмови та бажана довжина 1200-1500 слів.

3. Як досвідчений копірайтер створіть вичерпну, оптимізовану для SEO структуру допису в блозі за ключовим словом «хаки для бюджетних подорожей», орієнтуючись на аудиторію бюджетних подорожей за допомогою розмовного тону та б довжина 1500-2000 слів.
4. Як досвідчений копірайтер, створіть вичерпний, оптимізований для SEO план допису в блозі за ключовим словом «тенденції цифрового маркетингу», орієнтуючись на аудиторію малого бізнесу з розмовним тоном і бажаним довжина 1500-2000 слів.
5. Як контент-стратег, створіть редакційний календар для оздоровчого блогу, який обслуговує тисячолітню аудиторію. Календар повинен охопити наступні шість місяців і включити суміш вічнозеленого та актуального змісту.
6. Як автор UX, напишіть копію користувальницького інтерфейсу для програми мобільного банкінгу, яка розроблена, щоб спростити банківський досвід для старших громадян.
7. Як менеджер соціальних медіа розробіть стратегію соціальних мереж для компанії B2B SaaS, яка прагне підвищити впізнаваність бренду та залучити потенційних клієнтів через LinkedIn.

8. Як технічний автор створіть посібник користувача для нового програмного продукту, який розроблено для нетехнічних користувачів. Посібник повинен бути лаконічним, легким для розуміння та охоплювати все істотні характеристики товару.
9. Як маркетинговий копірайтер, напишіть копію цільової сторінки для сайту електронної комерції, що продає екологічно чисті товари для дому. Копія має бути переконливим, зручним для пошукової оптимізації та зосередженим на перевагах продуктів.
10. Як маркетолог контенту, розробіть маркетинговий план контенту для стартапу, який пропонує послугу на основі підписки для віддаленого робітників. План повинен охоплювати наступне 12 місяців і включати суміш дописів у блозі, відео та вміст соціальних мереж.
11. Як технічний автор із досвідом роботи з API документація, написати посібник розробника для новий продукт API, розроблений для розробників мобільних додатків. Посібник повинен бути всеосяжний, простий у дотриманні та включений зразки коду.
12. Як копірайтер, напишіть послідовність електронних листів для компанії B2C, яка продає органічні засоби по догляду за шкірою. Послідовність повинна бути

переконливий, привабливий і розроблений, щоб перетворити передплатників на клієнтів.

13. Як контент-стратег розробіть план контент-маркетингу для компанії, яка спеціалізується на кібербезпеці. План має включати поєднання закритого та закритого контенту та зосереджуватися на навчанні потенційних клієнтів важливості кібербезпеки.

14. Як незалежний автор, напишіть докладну статтю про переваги медитації для

блог здоров'я та здоров'я. Стаття має бути добре дослідженою, включати цитати експертів і бути написана привабливо та інформативно.
тивний тон.

15. Як досвідчений копірайтер, створіть вичерпний, оптимізований для SEO план допису в блозі за ключовим словом [X], орієнтований на аудиторію [X] з розмовним тоном і бажаною довжиною 1500-2000 слів.

16. Припустімо, ви маркетолог контенту; створити оптимізовану для SEO структуру публікації в блозі, яка порівнює та порівнює різні продукти чи послуги, пов’язані з ключовим словом [X], орієнтуючись на споживачів нейтральним тоном і бажаною довжиною 1000-1500 слів.

17. Як автор-фрілансер, створіть вичерпний план допису в блозі, який демонструє унікальні функції та переваги [X], орієнтуючись на [продукт] ентузіастів з переконливим тоном і бажаною довжиною 1500-2000 слів.

18. Як технічний автор, який має досвід роботи з пошуковою системою пошукових систем, будь ласка, створіть детальний план допису в блозі, який містить покрокові інструкції для нас [X], націлені на початківців дружнім і корисним тоном і бажаною довжиною 800-1000 слів.

19. Дійте як фахівець із контент-маркетингу, створіть вичерпний план допису в блозі, зосереджений на наданні порад і підказок для [X], орієнтований на ентузіастів DIY з розмовним тоном

і бажана довжина 1200-1500 слів.

20. Перелічіть основні ідеї для публікації в блозі на тему [тема] та подайте їх у таблиці.

21. Для використання в публікації в блозі окресліть важливі елементи детального посібника на [тему] так, ніби ви досвідчений автор контенту.

22. Напишіть сім підзаголовків до статті блогу з назвою [назва]; заголовки мають бути привабливими та містити не більше 60 символів.

23. Припустімо, що ви фахівець із контент-маркетингу, напишіть детальний план за допомогою дворівнева структура заголовка для статті блогу під назвою [заголовок].

24. Дійте як автор контенту соціальних мереж, аналізуйте цей контур [контур] і видаліть/додайте частини якщо необхідно зробити публікацію в блозі більш привабливою та інформативною.

| 5 |

Холодні повідомлення електронної пошти

1. «Я шукаю ідею холодної електронної пошти, яка приверне увагу мого [ідеального клієнта] і переконає їх виконати [бажану дію] за допомогою унікальної та переконливої теми».

2. «Мені потрібна холодна ідея електронної пошти, яка здобути довіру й авторитет у мого [ідеального клієнта], демонструючи історії успіху попередніх клієнтів, які користувалися моїм [продуктом/ послугою]».

3. «Я шукаю ідею холодної електронної пошти, яка б подолала заперечення та занепокоєння, які можуть виникнути у мого [ідеального клієнта]

мій [продукт/послугу] і переконати їх виконати [бажані дії] з відчуттям терміновості».

4. «Мені потрібна ідея холодної електронної пошти, яка надавати цінну та відповідну інформацію

мою [ідеальну особистість клієнта] про [тему] і переконати їх виконати [бажану дію] за допомогою чіткого та переконливого повідомлення».
5. «Я шукаю ідею холодної електронної пошти, яка приверне мою [ідеальну особистість клієнта] достовірним і автентичним повідомленням, а потім переконає їх виконати [бажану дію] за допомогою сильного заклику до дії та переконливих зображень».

6. «Мені потрібна холодна ідея електронної пошти, яка б порівняла мій [продукт/послугу] з аналогічними варіантами на ринку та переконала мого [ідеального клієнта] вибрати нас за допомогою чітких і переконливих доказів».
7. «Я шукаю ідею холодної електронної пошти, яка продемонструє унікальні переваги мого [продукту/ послуги] і переконає мого [ідеального клієнта] зробити покупку з відчуттям терміновості та ексклюзивними пропозиціями».
8. «Мені потрібна ідея холодної електронної пошти, яка буде

продемонструвати, як мій [продукт/послуга] може вирішити конкретні проблемні точки та потреби мого [ідеального клієнта] у зручний та привабливий спосіб».

9. «Я шукаю ідею холодної електронної пошти, яка надасть покрокову інструкцію щодо використання мого [продукту/послуги] та переконає мого [ідеального клієнта] зробити покупку за допомогою чітких і переконливих інструкцій».
10. «Мені потрібна холодна ідея електронної пошти, яка дасть змогу зазирнути за лаштунки моєї [компанії/бренду] і переконати мого [ідеального клієнта] виконати [бажану дію] з почуттям автентичності та пов’язаності».
11. «Мені потрібна ідея холодної електронної пошти, яка використовуватиме індивідуальний і цілеспрямований підхід, щоб залучити мого [ідеального клієнта] і переконати їх виконати [бажану дію] за допомогою чіткого та переконливого повідомлення».
12. «Я шукаю ідею холодної електронної пошти, яка демонструватиме переваги та цінність мій [продукт/послугу] моєму [ідеальному клієнту] і переконати їх зробити покупку за допомогою сильного заклику до дії».
13. «Мені потрібна холодна ідея електронної пошти, яка забезпечить

унікальну та привабливу пропозицію для мого [ідеального клієнта] і переконати їх виконати [бажані дії] з відчуттям терміновості та ексклюзивності».

14. «Я шукаю ідею холодної електронної пошти, яка створить довіру та довіру мого [ідеального клієнта], демонструючи досвід і професіоналізм моєї [компанії/бренду]».

15. «Мені потрібна ідея холодної електронної пошти, яка б зацікавила мого [ідеального клієнта] унікальною та переконливою точкою зору на [тему] та переконала їх виконати [бажану дію] на моєму [веб-сайті/продукті]».

| 6 |

Маркетингові підказки Facebook

Як почати

1. Налаштуйте обліковий запис Facebook Ads: якщо у вас ще немає облікового запису, вам потрібно буде його створити. Ви можете зробити це, перейшовши до Facebook Ads Manager і дотримуючись інструкцій підказки.
2. Визначте свою цільову аудиторію: реклама у Facebook дозволяє націлюватися на конкретні демографічні показники, інтереси та поведінку. Визначте, хто є вашим ідеальним клієнтом, і використовуйте цю інформацію щоб націлити на них свої оголошення.
3. Виберіть формат реклами: Facebook пропонує кілька форматів реклами, включаючи графічні оголошення,

відеореклама, карусельна реклама тощо. Виберіть формат, який найкраще відповідає цілям вашої кампанії та доступному вмісту.

4. Встановіть свій бюджет: визначте, скільки грошей ви хочете витратити на свої оголошення, і встановіть бюджет. Ви можете вибрати плату за клік, за показ або за конверсію.
5. Створіть свою рекламу: напишіть копію своєї реклами, виберіть зображення чи відео та додайте заклик до дії. Переконайтеся, що ваша реклама є візуально привабливою та легкою для читання.
6. Запустіть свою кампанію: перед запуском перегляньте свою рекламу та підтвердьте налаштування кампанії. Коли ваша кампанія запущена, відстежте її ефективність і за потреби відкоригуйте націлювання та бюджет. Деякі поради

Поради

1. Визначте свої цілі: перш ніж створювати рекламну кампанію Facebook, важливо визначити свої цілі. Визначте, чого ви хочете досягти своїми оголошеннями: підвищення впізнаваності бренду, залучення потенційних клієнтів або стимулювання продажів.
2. Визначте свою цільову аудиторію: Facebook

дозволяє націлювати ваші оголошення на конкретні демографічні показники, інтереси та поведінку. Визначте, хто є вашим ідеальним клієнтом, і використовуйте цю інформацію, щоб націлити на нього свої оголошення.

3. Створюйте привабливі оголошення. Ваше оголошення має бути візуально привабливим і мати переконливий текст. Використовуйте привабливі зображення чи відео та пишіть чіткий і стислий текст, який буде орієнтуватися на вашу цільову аудиторію.
4. Тестуйте різні формати реклами: Facebook пропонує а різні формати оголошень, включаючи графічні оголошення, відеорекламу, карусельну рекламу тощо. Тестуйте різні формати, щоб побачити, які з них працюють найкраще для цілей вашої кампанії.
5. Встановіть бюджет: визначте, скільки грошей ви хочете витратити на свої оголошення, і встановіть бюджет. Почніть з невеликого бюджету та збільшуйте його, коли побачите позитивні результати.
6. Відстежуйте та коригуйте: коли ваша кампанія запущена, відстежуйте її ефективність і за потреби коригуйте націлювання, бюджет і оголошення. Проаналізуйте дані, щоб побачити, що працює, а що ні, і внесіть відповідні зміни.
7. Використовуйте Facebook Pixel: Facebook Pixel – це інструмент

що дозволяє відстежувати дії, які люди виконують на вашому веб-сайті після натискання ваших оголошень у Facebook. Використовуйте ці дані для оптимізації своїх оголошень і покращення коефіцієнтів конверсії. Пам'ятайте, що Facebook Ads є потужним рекламним інструментом, але він може бути складним. Не бійтеся експериментувати та пробувати нове, і завжди будьте готові навчатися та адаптуватися, щоб покращити свої результати.

Копія оголошень у Facebook – підказки

1. «Я шукаю копію реклами на Facebook, яка демонструватиме унікальний та особистий досвід мого [ідеального клієнта] з моїм [продуктом/послугою] і переконає їх поділитися своїм позитивним відгуком зі своїми підписниками».

2. «Мені потрібна копія реклами на Facebook, яка створить відчуття спільності та приналежності для мого [ідеального клієнта], показуючи створений користувачами контент і заохочуючи їх ділитися власним досвідом щодо мого [продукту/послуги]».

3. «Я шукаю копію реклами на Facebook, яка надасть коротку інформацію про майбутні продукти

чи послуги та створити відчуття очікування та хвилювання для мого [ідеального клієнта] за допомогою чіткого та переконливого заклику до дії».

4. «Мені потрібна копія реклами у Facebook, яка б використала авторитет і досвід мого [бренду/компанії], щоб навчити мого [ідеального клієнта] про переваги мого [продукту/послуги] і переконати їх зробити покупку».

5. «Я шукаю рекламний текст у Facebook, який використовуватиме вплив і охоплення мого [бренду/компанії], щоб збільшити трафік і продажі мого [продукту/послуги] для мого [ідеального клієнта].»
6. «Мені потрібна копія реклами на Facebook, яка залучить мого [ідеального клієнта] за допомогою унікальної та креативної візуальної кампанії, яка переконливо демонструє функції та переваги мого [продукту/послуги]».
7. «Я шукаю рекламний текст у Facebook, який би використав соціальні докази та довіру до мого [бренду/компанії], щоб переконати мого [ідеального клієнта] спробувати мій [продукт/

сервісу] та поділяться своїм позитивним досвідом зі своїми послідовниками».

8. «Мені потрібна рекламна копія Facebook, яка б посилила автентичність і релевантність мого [бренд/компанія], щоб залучити мого [ідеального клієнта] і переконати їх прийняти [бажана дія] щодо мого [продукту/послуги]».
9. «Мені потрібна рекламна копія Facebook, яка створить відчуття терміновості та FOMO для мого [ідеалу клієнта], демонструючи ексклюзив пропозиції та рекламні акції для мого [продукту/ послуги]».
10. «Я шукаю копію реклами у Facebook використовуватиме вплив і охоплення [типу впливового користувача], щоб продемонструвати унікальні риси і переваги мого [продукту/послуги] для мій [ідеальний клієнт] і заохочуйте щоб зробити покупку».
11. «Мені потрібна копія реклами на Facebook, яка б посилила авторитет і довіру [типу впливового фактора], щоб навчити мого [ідеального клієнта persona] про переваги мого [продукту/ service] і переконайте їх спробувати це для самі».
12. «Я шукаю рекламну копію Facebook, яка буде

створити відчуття спільності та приналежності для мого [ідеального клієнта], показуючи створений користувачами контент і заохочуючи їх ділитися власним досвідом щодо мого [продукту/послуги] за допомогою [типу впливового].»

13. «Мені потрібна копія реклами на Facebook, яка б використовувала охоплення та вплив [типу впливового фактора] для залучення трафіку та продажів мого [продукту/послуги] для мого [ідеального клієнт
14. «Я шукаю рекламний текст у Facebook, який би використовував соціальні докази та довіру [типу особи впливу], щоб переконати мого [ідеального клієнта] спробувати мій [продукт/послугу] і поділитися своїм позитивним досвідом зі своїми підписниками».
15. «Мені потрібна копія реклами на Facebook, яка зацікавить мого [ідеального клієнта] [конкретним типом контенту] від [типу впливового], який може достовірно поділитися перевагами мого [продукту/послуги] і спонукати їх зробити покупку».

16. «Мені потрібна реклама на Facebook, яка використовує перенацілювання, щоб охопити клієнтів, які вже виявили інтерес до мого продукту/послуги, і

переконує їх зробити покупку з обмеженим у часі кодом знижки».

17. «Мені потрібна реклама на Facebook, яка використовує соціальні докази, висвітлюючи велику кількість задоволених клієнтів, які вже придбали мій продукт/послугу, і містить заклик до дії, щоб заохотити нових клієнтів приєднатися до них».
18. «Я шукаю рекламу на Facebook, яка містить персоналізовані повідомлення та динамічну рекламу продуктів, щоб показати клієнтам саме те, що їх цікавить, і переконати їх зробити покупку за допомогою безкоштовної пробної пропозиції».
19. «Я хочу, щоб реклама у Facebook використовувала переваги параметрів націлювання Facebook, щоб охопити мого ідеального клієнта, і підкреслювала унікальну цінність мого продукту/послуги за допомогою переконливого підходу до розповіді».
20. «Я шукаю рекламу на Facebook, яка підкреслює зручність і доступність мого онлайн-магазину та заохочує клієнтів скористатися обмеженою пропозицією щодо наших найпопулярніших продуктів».
21. «Я хочу рекламу на Facebook, яка демонструє

розкішний і ексклюзивний характер моїх високоякісних спа-послуг, а також стимулює нових клієнтів бронювати свою першу зустріч з спеціальна знижка».

22. «Мені потрібна реклама у Facebook, яка підкреслює безпека та надійність безпеки мого будинку послуги та заохочує клієнтів підписувати на безкоштовну та індивідуальну консультацію план безпеки».
23. «Я шукаю рекламу на Facebook, яка буде привабливою до здорового способу життя моєї цільової аудиторії та демонструє природні та органічні інгредієнти, які використовуються в моїй лінії засобів для здоров’я».
24. «Я хочу рекламу на Facebook, яка демонструє унікальні та модні варіанти одягу, доступні в моєму бутіку, і пропонують обмежену за часом акцію для клієнтів, які зареєструються для нашої програми лояльності».
25. «Мені потрібна реклама на Facebook, яка рекламує зручність і гнучкість моєї онлайн-програми фітнесу, а також заохочує нових клієнтів зареєструватися за допомогою безкоштовної пробної пропозиції».
26. «Я шукаю рекламу на Facebook, яка підкреслює інноваційне та передове

технологію, яка використовується в моїй лінійці електроніки, і пропонує обмежену за часом знижку на нашу найновіший випуск продукту».

27. «Я хочу рекламу на Facebook, яка демонструє різноманітність і якість меню мого ресторану, а також заохочує клієнтів робити резервування зі спеціальною пропозицією для наступного відвідування».

28. «Мені потрібна реклама на Facebook, яка підкреслює персоналізоване та уважне обслуговування, яке пропонує моя професійна консалтингова фірма, і пропонує безкоштовну консультацію для нових клієнтів».

29. «Я шукаю рекламу на Facebook, яка підкреслює зручність і цінність туристичних пакетів мого туристичного агентства та заохочує клієнтів забронювати подорож своєї мрії зі спеціальною знижкою».

30. «Мені потрібна реклама на Facebook, яка демонструє екологічність і стійкість продукції мого бренду, а також заохочує клієнтів робити покупки з обмеженою в часі знижкою».

31. «Я шукаю оголошення у Facebook, яке підкреслює безпеку та ефективність мого

транспортні послуги, а також пропонує спец акція для нових клієнтів».

32. «Я хочу рекламу на Facebook, яка підкреслює якість і майстерність моїх ручних робіт кустарних виробів і заохочує клієнтів підтримувати малий бізнес пропозицією з обмеженим часом».

33. «Мені потрібна реклама на Facebook, яка націлена на конкретну демографічну аудиторію на основі інтересів і поведінки та пропонує персоналізований рекомендація товару зі знижкою код."

34. «Я шукаю рекламу на Facebook, яка б продемонструвала креативність і унікальність мого мистецтва та дизайну, а також заохочує клієнтів замовляти консультацію у спец пропозиція».

35. «Я хочу рекламу на Facebook, яка підкреслює освітню та інтелектуальну цінність моїх онлайн-курсів, а також пропонує безкоштовну пробну версію для нових студенти».

36. «Мені потрібна реклама у Facebook, яка підкреслює надійність і професіоналізм мого будинку послуги з ремонту та обслуговування, а також пропозиції обмежена за часом знижка для нових клієнтів».

37. «Я шукаю оголошення у Facebook, яке орієнтоване на клієнтів на основі місця розташування та підкреслює зручність і якість доставки та виносу в моєму ресторані».

38. «Я хочу рекламу на Facebook, яка демонструє

красу та елегантність моїх послуг з планування весіль та заходів, а також пропонує спеціальні пропозиції для нових клієнтів».

39. «Мені потрібна реклама на Facebook, яка б підкреслювала практичність і доступність моїх послуг підписки, а також пропонувала обмежену за часом знижку для нових підписників». Оголошення у Facebook

Ідеї – підказки 40.

«Мені потрібна ідея для реклами у Facebook, яка включатиме вміст, створений користувачами, щоб продемонструвати позитивний досвід моїх клієнтів щодо мого бренду чи продукту».

41. «Я шукаю рекламну ідею для Facebook, яка використовує відеоформат для демонстрації переваг

і особливості мого продукту чи послуги в привабливий спосіб".

42. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook, яка б використовувала святкову або сезонну тему для реклами спеціальної пропозиції або знижки для мого бізнесу».

43. «Мені потрібна ідея реклами у Facebook, яка б була націлена

схожі аудиторії на основі поведінки та інтереси моїх існуючих клієнтів, а також рекламує новий продукт або послугу».

44. «Я шукаю ідею реклами для Facebook, яка б використовувала формат каруселі для демонстрації кількох підказує продукти чи послуги та заохочує клієнтів клацати, щоб дізнатися більше або зробити покупку».
45. «Мені потрібна ідея реклами у Facebook, яка старіє партнерство з впливовими особами, щоб продемонструвати мій бренд або продукт автентично та зрозуміло».
46. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook, яка б використовувала вікторину або інтерактивний формат для взаємодії з потенційними клієнтами та надання персоналізованих рекомендацій щодо продуктів або послуг».
47. «Я шукаю ідею реклами для Facebook, яка б використовувала відгуки клієнтів або відгуки зміцнювати довіру потенційних клієнтів».
48. «Мені потрібна ідея реклами у Facebook, яка націлена на клієнтів на основі їхнього етапу шляху покупця та рекламує конкретну пропозицію чи заклик до дії, що відповідають цьому етапу».
49. «Мені потрібна ідея для реклами на Facebook, яка б використовувала живе

відеоформат для демонстрації закулісся

кадри або ексклюзивний вміст, пов'язаний із моїм

бренд або продукт».

50. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook для мого одягу

бренд, який демонструє мою нову сезонну колекцію з відеоформатом і обмеженою

знижка на час для нових клієнтів».

51. «Я шукаю ідею реклами для Facebook

мій тренажерний зал або фітнес-студія, яка використовує

формат автомобіля-автомобіля для демонстрації різних тренувань

заняття та заклик до дії, щоб забронювати безкоштовний

судове засідання».

52. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook для моєї красуні

або бренд косметики, який використовує впливову особу

партнерства, щоб продемонструвати свою продукцію в а

близьким і автентичним способом».

53. «Мені потрібна ідея реклами Facebook для мого магазину

електронної комерції, яка націлена на схожу аудиторію на

основі історії покупок мого

наявних клієнтів і просуває нових

запуск продукту зі спеціальною пропозицією».

54. «Я шукаю ідею реклами у Facebook для свого

ресторан, який використовує відеоформат для показу-

покладіть моє фірмове блюдо та запропонуйте обмежену

знижка часу для нових клієнтів, які роблять бронювання».

55. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook для мого туристичного агентства, яка орієнтована б на клієнтів на основі їхніх інтересів і поведінки, пов'язаної з подорожами, і пропонувала б персоналізований маршрут і спеціальну акцію для бронювання».

56. «Мені потрібна ідея реклами у Facebook для моєї стоматологічної практики, яка б використовувала відгуки клієнтів і відгуки, щоб зміцнити довіру та довіру потенційних пацієнтів, а також пропонувати безкоштовну консультацію для нових пацієнтів».

57. «Я шукаю ідею реклами Facebook для мого зоомагазину, яка б використовувала святкову тематику для реклами спеціальної пропозиції іграшок або аксесуарів для домашніх тварин».

58. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook для моєї фірми, що надає фінансові послуги, яка орієнтована б на клієнтів залежно від їх життєвого етапу та фінансових цілей, а також пропонувала б безкоштовну консультацію щодо фінансового планування».

59. «Мені потрібна ідея реклами у Facebook для мого агентства нерухомості, яка б демонструвала віртуальний тур по розкішній нерухомості та пропонувала безкоштовну консультацію з агентом з нерухомості для зацікавлених покупців».

60. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook для мого магазину ювелірних виробів, яка б демонструвала мою нову колекцію у відеоформаті, орієнтованому на стиль життя чи моду, і обмежену в часі пропозицію для нових клієнтів».

61. «Я шукаю рекламну ідею Facebook для моєї програмної компанії, яка орієнтована на власників малого бізнесу та пропонує безкоштовну пробну версію та демонстрацію нашого програмного забезпечення з індивідуальною консультацією».

62. «Мені потрібна рекламна ідея Facebook для мого бренду здоров'я та здоров'я, яка б використовувала вікторину або інтерактивний формат, щоб пропонувати персоналізовані рекомендації щодо харчування чи добавок на основі індивідуальних цілей здоров'я».

63. «Мені потрібна ідея реклами у Facebook для мого бізнесу з планування заходів, яка б використовувала відеоформат для демонстрації минулих подій і пропонувала безкоштовні консультації для зацікавлених клієнтів».

64. «Я шукаю рекламну ідею Facebook для мого освітнього бізнесу, яка орієнтована б на батьків або студентів і пропонує безкоштовну пробну версію або консультацію щодо репетиторства чи підготовки до іспитів».

65. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook для моєї служби передплати, яка орієнтована б на клієнтів

залежно від їхніх інтересів і хобі, а також пропонує обмежену за часом знижку для нових суб- писарі».

66. «Мені потрібна ідея реклами у Facebook для моєї технологічної компанії, яка демонструвала б функції та переваги запуску нового продукту за допомогою каруселі та заклику до дії

попереднє замовлення».

67. «Я шукаю рекламну ідею Facebook для мого меблевого магазину, яка орієнтована б на власників будинків або любителів дизайну інтер'єру та пропонує віртуальну консультацію щодо дизайну кімнати з дизайнером або стилістом».

68. «Мені потрібна ідея реклами на Facebook для моєї некомерційної організації, яка б демонструвала вплив та історії успіху у форматі відео та заклик до дії пожертвувати чи стати волонтером».

69. «Мені потрібна ідея реклами у Facebook для мого магазину спортивного спорядження, яка орієнтована б на спортсменів або любителів фітнесу та пропонувала б обмежену за часом знижку на популярний продукт або пакетну угоду».

Візуальна реклама Facebook – підказки

1. «Я шукаю пропозиції щодо створення
   найкраще зображення для моєї реклами у Facebook. Як я можу
   використовуйте колір і контраст, щоб моє оголошення стояло
   і привернути увагу?"
2. «Я хочу створити рекламу у Facebook із привабливим
   зображенням або відео
   найкращі практики для вибору або створення візуалу
   вміст, який резонує з моєю цільовою аудиторією?"

3. «Мені потрібна допомога у створенні привабливого візуалу
   для моєї реклами у Facebook, яка повідомляє про мене
   історія або повідомлення бренду. Які креативні способи
   продемонструвати цінності мого бренду?
   унікальна торгова пропозиція через візуальні ефекти?"
4. «Шукаю пропозиції щодо створення
   цілісна візуальна ідентичність бренду в моєму
   Рекламні кампанії у Facebook. Як я можу використовувати
   послідовні шрифти, кольори та зображення, щоб
   підсилити мій бренд і розвинути його впізнаваність?"

5. «Я хочу створити рекламу у Facebook з а
   сильний заклик до дії, який спонукає глядачів натиснути або
   здійснити конверсію. Як я можу використовувати візуальні елементи

щоб виділити мій CTA та створити відчуття терміновості?"

6. «Мені потрібна допомога у створенні візуального зображення для моєї реклами на Facebook, яке демонструє мій продукт або послугу в дії. Які існують творчі способи продемонструвати функції та переваги за допомогою візуальних елементів?»

7. «Я шукаю пропозиції щодо створення візуально привабливої реклами у Facebook, яка передає настрій або емоції моєї цільової аудиторії.
Як я можу використовувати образи та візуальні елементи для створення певного тону чи атмосфери?"

8. «Я хочу створити рекламу на Facebook, яка містить функції контент, створений користувачами. Як я можу використати фотографії або відгуки клієнтів, щоб створити більш достовірний і привабливий візуал?"

9. «Мені потрібна допомога у створенні візуального ефекту для моєї реклами на Facebook, який виділятиметься серед конкурентів і відрізнятиме мій бренд. Які творчі способи використання візуальних елементів, таких як типографіка чи ілюстрація, для створення унікального бренду?»

10. «Я шукаю пропозиції щодо оптимізації візуальних елементів моєї реклами у Facebook для різних місць розташування та пристроїв. Як я можу налаштувати зображення

розміру, роздільної здатності чи співвідношення сторін, щоб моє оголошення виглядало чудово на будь-якому екрані чи платформі?»

11. «Я шукаю пропозиції щодо створення візуально привабливої реклами у Facebook, яка розповідає історію або переносить глядачів у подорож. Які існують творчі способи використання зображень і візуальних елементів для створення оповіді?»

12. «Я хочу створити рекламу у Facebook, яка містить функції впливові особи або амбасадори бренду. Як можна

Я додаю їхній візуальний вміст до своєї реклами та використовую їх підписників для підвищення впізнаваності бренду?"

13. «Мені потрібна допомога у створенні візуального зображення для моєї реклами на Facebook, яке демонструє соціальні докази, такі як відгуки клієнтів або рейтинги. Які існують ефективні способи використання візуальних матеріалів, щоб передати довіру та довіру?»

14. «Я шукаю пропозиції щодо створення реклами у Facebook, яка виділятиметься серед натовпу

канал з унікальним візуальним форматом. Які креативні способи використання анімації, GIF-файлів або інтерактивних елементів у моєму оголошенні?"

15. «Я хочу створити рекламу на Facebook, яка включатиме

забезпечує залучення користувачів або створений користувачами контент. Як я можу використовувати візуальні засоби для заохочення

глядачі можуть взаємодіяти з моїм оголошенням і ділитися власним вмістом?"

16. «Мені потрібна допомога у створенні візуального ефекту для моєї реклами на Facebook, яка б відповідала певному святу чи сезонній події.

    які способи включити сезонні теми чи мотиви у візуальні елементи моєї реклами?"

17. «Я шукаю пропозиції щодо створення реклами у Facebook, націленої на конкретну демографію, наприклад на міленіалів або людей похилого віку. Як я можу використовувати візуальні елементи, щоб звернутись до їхніх унікальних інтересів і вподобань?»

18. «Я хочу створити рекламу на Facebook, яка висвітлює обмежену в часі пропозицію або розпродаж. Як я можу використовувати візуальні елементи, щоб створити відчуття терміновості та стимулювати конверсії?»

19. «Мені потрібна допомога у створенні візуального ефекту для моєї реклами на Facebook, який би демонстрував культуру моєї компанії або членів команди.

    способи використання зображень і візуальних елементів, щоб передати відчуття особистості та людського зв'язку?»

20. «Я шукаю пропозиції щодо створення реклами у Facebook, яка рекламує конкретну подію, наприклад презентацію продукту чи вебінар. Як

чи можу я використовувати візуальні елементи, щоб викликати захоплення та

зацікавити мою цільову аудиторію?"

| 7 |

Покращення вмісту Підказки

1. Покращте [текст], щоб переконатися, що вміст є релевантним та інформативним для [цільової аудиторії].

2. Перепишіть [текст] і використовуйте заголовки та підзаголовки, щоб розділити зміст і створити легше читати за допомогою ключового слова [ключове слово].

3. Перефразуйте цей [текст] і використовуйте активний голос і короткі речення для створення змісту більш читабельним для [цільової аудиторії] в контекст [ключове слово].

4. Покращіть цей [текст], додавши call-to-

дія (CTA), щоб спонукати читачів виконати певну дію, наприклад підписатися на інформаційний бюлетень або придбати продукт.

5. Перепишіть цей [текст], включивши відповідні цитати та статистичні дані, щоб підтвердити ваші аргументи та зробити вміст більш довірливим. гідний.
6. Перефразуйте цей [текст], використовуючи анекдоти та методи оповідання, щоб зробити вміст більш привабливим і таким, що запам'ятовується.
7. Покращіть цей [текст] і подумайте про використання гумору, якщо це доречно, щоб зробити вміст приємнішим для читання.
8. Удоскональте цей [текст], перевіривши вміст, щоб усунути будь-які опечатки, граматичні чи інші помилки.
9. Перепишіть цей [текст], переконавшись, що вміст легко сканувати за допомогою маркерів, пронумерованих списків і тексту, виділеного жирним або курсивом.
10. Перепишіть цей [текст], заохочуючи залучення читачів, ставлячи запитання та запрошуючи до коментарів у кінці вмісту.
11. Перепишіть текст вище, використовуючи [ключове слово 1, ключове слово 2, ключове слово 3] як ключові слова SEO.
12. Перефразуйте наведений вище текст у грайливому тоні

голос, що полегшує читання аудиторії та включає [ключові слова].

13. Дійте як копірайтер, який працює в SaaS-бізнесі, щоб створити [X] слів резюме наступного вмісту, зберігаючи найважливішу інформацію та включаючи ключове слово [X] у резюме, де це можливо:...
14. Дійте як спеціаліст із контенту та перефразуйте цей розділ блогу [розділ блогу], щоб відповідати цьому розділу блогу [розділ блогу] з точки зору тону, мови та загального стилю.
15. Як старий комік, який зараз працює в індустрії контент-маркетингу, покращте цей опис відео YouTube, щоб зробити його веселим і привабливим; використовуйте гру слів і каламбури, щоб зробити його більш зручним.
16. «Покращіть наведений нижче абзац і збагатіть його відповідними статистичними даними з авторитетних джерел і, якщо можливо, дайте мені посилання на джерела. Напишіть це індіанським тоно експертним тоном і зробити так, щоб він відповідав емоціям читача».
17. «Напишіть абзац про [Ваше ключове слово] у стилі розповіді та створіть доречний приклад для читачів, розглядайте різні

точки зору та включати надійну статистику з джерелами. Також не перевищуйте [X слів]”

18. «Напишіть абзац про [Ваше ключове слово], включіть відповідну статистику (додайте посилання на джерела, якими ви користуєтеся) і враховуйте різні точки зору. Напишіть його [тоном X] і не перевищуйте [X слів] і згадайте посилання на джерела в кінці, будь ласка»
19. «Напишіть абзац і згадайте ключові висновки щодо [вашого ключового слова], не починайте із загальних стилів, як-от кінцеві слова, або це завершення, будьте креативними та залиште останнє враження для читачів. Напишіть це [вашим улюбленим тоном], як рідна [англійська чи американська], і не перевищуйте [X слів]”
20. «Напишіть рекламний твір для (подробиці про ваш продукт і кампанію), але пишіть його в природному стилі, використовуйте емоційні тригери та спілкуйтеся з читачами»
21. «Створіть список [X] поширених запитань про [Ваше ключове слово] та дайте відповіді на кожне з них, враховуючи вказівки щодо SERP і розширених результатів.»
22. «Напишіть привабливий підпис про [вашу тему] і спробуйте пограти словами, щоб зробити це весело,

зрештою залучайте користувачів, ставте їм запитання, використовуйте відповідні емодзі та 3 хештеги наприкінці»

23. «Напишіть [X piece] ланцюжок у Твіттері про [вашу тему] та згадайте ключові висновки, як-от [Тут ви можете згадати речі, які ви хочете включити в ланцюжок]. Напишіть це в [ваш бажаний тон] і в стилі привернення уваги, але не робіть його надто рекламним. Використовуйте відповідні емодзі та принаймні 2 хештеги для кожного твіту».

24. «Напишіть мені опис продукту для [Назва вашого продукту та специфікація] якомога докладніше. Візьміть опис продукту нижче як приклад» [Тут ви надаєте інший опис продукту, щоб бот міг повністю зрозуміти, що ви хочете, і надати результат у тому ж стилі]

25. «Напишіть сценарій відео YouTube для відео під назвою [«Ваш заголовок»] і додайте наступні деталі. [Тут ви можете додати деталі, на яких ви хочете підкреслити у відео, і визначити свій тон.]»

26. «Напишіть сценарій відео TikTok для [X хвилин] відео, використовуючи стиль GenZ, і поясніть

набір і пропонуйте стиль редагування та відповідну музику».

| 8 |

Підказки блогів

1. «Мені потрібен [тип публікації в блозі], який би переконав мого [ідеального клієнта] придбати мій [продукт/послугу], виділивши його унікальні переваги та вирішення будь-яких потенційних заперечень».
2. «Я шукаю [тип публікації в блозі], яка буде встановити довіру та довіру до мого [ідеалу особистість клієнта], висвітлюючи успіхи та відгуки попередніх клієнтів, які користувалися моїм [продуктом/послугою]».
3. «Мені потрібен [тип публікації в блозі], який буде корисним мій [ідеальний клієнт] відчуваю [емоції] про мій [продукт/послугу] і переконати

щоб вони вжили [бажаних дій] із відчуттям терміновості».

4. «Я шукаю [тип публікації в блозі], яка продемонструє [ідеальному клієнту] унікальні функції та переваги мого [продукту/послуги] і переконає їх зробити покупку».

5. «Мені потрібна [тип публікації в блозі], яка подолає заперечення та занепокоєння мого [ідеального клієнта] щодо мого [продукту/послуги] і переконає їх вжити [бажану дію]».

6. «Я шукаю [тип допису в блозі], який би чітко пояснював особливості та переваги мого [продукту/послуги] [ідеальному клієнту] і переконав їх зробити покупку за допомогою сильного заклику до дії».
7. «Мені потрібен [тип публікації в блозі], який би звернув увагу на болючі точки та потреби мого [ідеального клієнта] і показав їм, що мій [продукт/послуга] — це рішення, яке вони шукали».
8. «Я шукаю [тип публікації в блозі], яка приверне мою [ідеальну особистість клієнта] сильним заголовком і гачком, а потім

переконати їх вжити [бажаних дій] за допомогою переконливої мови та переконливих доказів».

9. «Мені потрібен [тип публікації в блозі], який розповість історію про мій [продукт/послугу] і про те, як він допоміг [ідеальному клієнту] досягти своєї [цілі] у доступний та захоплюючий спосіб».

10. «Я шукаю [тип публікації в блозі], яка б продемонструвала цінність і переваги мого [продукту/послуги] [ідеальному клієнту per-sona] і переконала їх вжити [бажаних дій] за допомогою соціальних доказів і елементів, що зміцнюють довіру».

11. «Мені потрібен [тип допису в блозі], який би прямо говорив про потреби та больові точки мого [ідеального клієнта] і переконував їх виконати [бажану дію] з відчуттям терміновості та сильною пропозицією».

12. «Я шукаю [тип публікації в блозі], яка б навчила мого [ідеального клієнта] щодо певної [теми] і переконала їх виконати [бажану дію] на моєму [веб-сайті/продукті]».

13. «Мені потрібен [тип публікації в блозі], яка буде про-надавати цінну та відповідну інформацію

мій [ідеальний клієнт] і переконати їх виконати [бажану дію] щодо мого [веб-сайту/продукту]».

14. «Я шукаю [тип публікації в блозі], яка зацікавить мого [ідеального клієнта] унікальною та переконливою точкою зору на [тему] і переконає їх виконати [бажану дію] на моєму [веб-сайті/продукті]».
15. «Я шукаю [тип допису в блозі], який би спілкувався безпосередньо з моїм [ідеальним клієнтом] і переконував їх виконати [бажану дію] щодо мого [веб-сайту/продукту].” Створення заголовків
16. Створіть [X] різних тегів заголовка з максимальним щонайменше 60 символів для тексту нижче.

    Вони мають бути описовими та містити слово «ключове слово»:….
17. Я хочу, щоб ти був генератором модних заголовків. Я вводитиму ключові слова через кому, а ви відповідатимете привабливими назвами. Мої перші ключові слова: API, тест і автоматизація.
18. Надайте привабливі заголовки дописів у блозі, що стосуються наведеного нижче списку ключових слів SEO:…
19. Зробіть назву статті блогу, [title], більш привабливою.

20. Напишіть три зразки різних назв публікацій у блозі з вищим рейтингом кліків для заданої теми.

| 9 |

Маркетингові підказки Youtube

Як почати

1. Створіть обліковий запис Google Ads: якщо ви ще цього не зробили, створіть обліковий запис Google Ads на ads.google.com. Тут ви будете налаштовувати та керувати своїми оголошеннями Yo
2. Налаштуйте канал YouTube: якщо у вас немає каналу YouTube, створіть його. Тут відображатимуться ваші оголошення.

3. Створіть кампанію: у Google Ads створіть нову кампанію та виберіть тип кампанії «Відео». Ви можете

потім виберіть ціль кампанії, як-от залучення трафіку на веб-сайт або залучення потенційних клієнтів.

4. Установіть свій бюджет і націлювання: встановіть щоденний бюджет і виберіть параметри націлювання. Ви можете націлюватися на основі демографічних показників, інтересів і поведінки.
5. Створіть свою рекламу. Ви можете створити відеорекламу, завантаживши відео на свій канал YouTube або створивши його за допомогою редактора Google AdWords. Переконайтеся, що ваша реклама приваблива та відповідає вашій цільовій аудиторії.
6. Встановіть ставку та запустіть свою рекламу: установіть ставку для своєї реклами та запустіть свою кампанію. Відстежуйте ефективність своєї реклами та за потреби коригуйте націлювання, ставки та вміст реклами.
7. Вимірюйте та оптимізуйте: використовуйте інструменти звітності Google Ads, щоб оцінити ефективність своєї реклами та оптимізувати свою кампанію з часом.

Деякі додаткові поради

• Зробіть своє оголошення коротким і по суті. Люди мають коротку концентрацію уваги, тому подбайте про те, щоб ваша реклама швидко привернула їх увагу. • Використовуйте чіткі та переконливі візуальні засоби для передачі ваше повідомлення.

• Переконайтеся, що у вашому оголошенні є чіткий заклик до дії (CTA), який говорить людям, що робити далі. • Тестуйте різні параметри націлювання та рекламний вміст, щоб побачити, що найкраще підходить для вашої аудиторії.
ence.

• Уважно стежте за своєю кампанією та за потреби коригуйте ставки та націлювання, щоб максимально підвищити ефективність своєї реклами.

Маркетингові поради

1. Використовуйте спеціальні аудиторії за намірами: спеціальні аудиторії за намірами дозволяють націлюватися на людей, які нещодавно шукали ключові слова, пов'язані з вашим бізнесом.
Це допоможе переконатися, що ваші оголошення відображатимуться людям, які активно шукають те, що ви пропонуєте.
2. Випробуйте різні формати реклами: YouTube

пропонує різноманітні формати оголошень, у тому числі оголошення In-stream, оголошення Discovery та оголошення-заставки. Випробуйте різні формати, щоб визначити, які з них найкраще підходять для вашого бізнесу.

3. Використовуйте ретаргетинг: ретаргетинг дозволяє показувати рекламу людям, які вже взаємодіяли з вашим бізнесом, наприклад, відвідуючи ваш веб-сайт або переглядаючи відео. Це може допомогти зберегти ваш бренд у пам'яті та спонукати людей до дій.

4. Використовуйте списки ремаркетингу для пошукових оголошень (RLSA): RLSA дозволяє показувати оголошення людям, які раніше взаємодіяли з вашим бізнесом, коли вони шукають ключові слова, пов'язані з вашими продуктами чи послугами в Google. Це може допомогти вам охопити людей, які знаходяться далі в процесі покупки.

5. Використовуйте YouTube Analytics: YouTube Analytics може надати цінну інформацію про те, як люди взаємодіють з вашими відео та рекламою. Використовуйте це

інформацію для оптимізації націлювання, обміну повідомленнями та рекламного вмісту.

6. Випробуйте різні стратегії призначення ставок: You-Tube пропонує різні стратегії призначення ставок, зокрема ціну за перегляд (CPV) і ціною за показ (CPM). Тест різні стратегії, щоб побачити, які з них найкраще підходить для ваших бізнес-цілей.
7. Використовуйте відеоремаркетинг: відеоремаркетинг дозволяє показувати рекламу людей, які раніше дивилися ваші відео на YouTube. Це може допомогти вам охопити людей, які вже знайомі з вашим брендом і спонукати їх до дій.
8. Використовуйте накладання із закликом до дії: накладання із закликом до дії можна додати до відеореклама, щоб заохотити людей приймати дії, як-от відвідування вашого веб-сайту або підписка на ваш канал. Тестуйте різні заклики до дії, щоб побачити які з них найбільше конверсій- сії.
9. Використовуйте YouTube Director Onsite: Ви- Tube Director Onsite – це безкоштовна послуга

що з’єднує бізнес із професійними режисерами, які можуть творити високоякісна відеореклама. Це може бути а чудовий варіант для підприємств, які цього не роблять мають ресурси для їх створення власні оголошення.

10. Продовжуйте тестувати та оптимізувати: реклама на You-Tube може бути потужним інструментом для досягнення бізнес-результатів, але це важливо з часом продовжувати тестувати та оптимізувати свої кампанії переконайтеся, що ви отримуєте найкращі можливі результати. Використовуйте дані та аналітику доступні для вас, щоб інформувати рішення щодо націлювання, обміну повідомленнями та стратегії призначення ставок.

Скрипти реклами Youtube

1. «Я шукаю рекламний сценарій YouTube який представить мій [продукт/послугу]. мій [ідеальний клієнт] і переконати їх вжити [бажану дію] з сильним заклик до дії та переконливі візуальні ефекти».
2. Мені потрібен рекламний сценарій YouTube, який буде

продемонструвати унікальні функції та переваги мого [продукту/послуги] моєму [ідеальному клієнту] і переконати їх зробити покупка з елементами соціального підтвердження та підвищення довіри.

3. Я шукаю рекламний сценарій YouTube що приверне мого [ідеального клієнта per-sona] сильним заголовком і гачком, і потім переконайте їх виконати [бажану дію] з переконливою мовою та переконливим докази.

4. Мені потрібен рекламний сценарій YouTube, який буде подолати заперечення та занепокоєння мій [ідеал customer person] може мати про мій [продукт/послугу] і переконати їх прийняти [бажана дія] з відчуттям терміновості.

| 10 |

Підказки щодо ключових слів SEO

1. Розробіть список довгих ключових слів, які відповідають нашій цільовій аудиторії та відповідають нашій маркетинговій стратегії контенту для [продукту/ послуги]. Ці ключові слова повинні мати низьку конкуренцію та високий рівень пошуку.
ume.

2. Проаналізуйте ключові слова, за якими оцінюють наші конкуренти, і визначте будь-які прогалини в нашій власній стратегії ключових слів. Розробіть план, щоб націлити на ці прогалини та збільшити видимість нашої пошукової системи.

3. Проведіть перевірку ключових слів, щоб визначити найефективніші ключові слова для нашого

галузі та розробити план інкорпорації їх у нашу стратегію контент-маркетингу. Враховуйте такі фактори, як обсяг пошуку, конкуренції та відповідності нашій меті аудиторія.

4. Використовуйте такі інструменти, як Google Trends і Goo-gle AdWords, щоб визначити нове ключове слово тенденції в нашій галузі та розробити план включити їх у нашу стратегію маркетингу вмісту.

5. Проведіть аналіз прогалин у контенті, щоб визначити ключові слова, на які ми зараз не орієнтуємося, але які мають відношення до нашої мети аудиторія. Розробіть план реєстрації ці ключові слова в нашу контент-стратегію збільшити видимість у пошуковій системі та привабити релевантніший трафік на нашому веб-сайті.

6. Використовуйте дослідження на основі даних, щоб визначити важливі ключові слова, релевантні нашому цільової аудиторії та мають високу ймовірність конверсії. Розробіть план включення цих ключових слів у наш платний пошук стратегія.

7. Проведіть локальний аналіз ключових слів, щоб визначити найефективніші ключові слова

для нашого географічного положення. Розробіть план щоб включити ці ключові слова в нашу маркетингову стратегію вмісту, щоб збільшити нашу місцевість видимість пошукової системи.

8. Розробіть стратегію ключових слів для медичної компанії, орієнтованої на пацієнтів, які цього потребують віртуальні консультації. Визначте довгі ключові слова, пов’язані з конкретними станами здоров’я, лікування та послуг компанії пропозиції. Проаналізуйте обсяг пошуку, конкуренцію та релевантність кожного ключового слова розробити комплексний план маркетингу контенту.

9. Проведіть аналіз ключових слів для компанії, що надає фінансові послуги, орієнтованої на Highnet варті особи. Визначте ключові слова, пов’язані з інвестиційними можливостями, податковим плануванням і управлінням капіталом. Проаналізуйте обсяг пошуку, конкуренція та релевантність кожного ключового слова, щоб розробити комплексний маркетинговий план вмісту, який узгоджується з ним цільова аудиторія компанії.

10. Розробіть стратегію ключових слів для туристичної компанії, орієнтованої на мандрівників-пригод. Визначте довгі ключові слова, пов’язані з конкретним

пригодницькі заходи, напрямки та подорожі послуги, які пропонує компанія. Аналізуйте обсяг пошуку, конкуренцію та релевантність кожного ключового слова, щоб розробити комплексний маркетинговий план вмісту, який узгоджує з цільовою аудиторією компанії.

11. Проведіть аналіз ключових слів для а юридична компанія, орієнтована на власників малого бізнесу. Визначте ключові слова, пов'язані з підприємницьке право, договірне право та інтелектуальне право право власності. Проаналізуйте обсяг пошуку, конкуренції та релевантності кожного ключового слова розробити комплексний план маркетингу контенту, який узгоджується з планами компанії цільова аудиторія.

12. Розробіть стратегію ключових слів для електронного навчання компанія, орієнтована на студентів і спеціалістів, які потребують навчання цифровим навичкам. Ідентифікувати довгі ключові слова, пов'язані з певним цифровим навички, сертифікати та програми навчання які пропонує компанія. Проаналізуйте пошук обсяг, конкуренція та релевантність кожного ключове слово, щоб розробити комплексний маркетинговий план вмісту, який узгоджується з цільова аудиторія компанії.

13. Визначте найпопулярніші ключові слова, пов’язані з е-комерції, яка сприятиме найбільш актуальним відвідування нашого веб-сайту [веб-сайт] і підвищення видимості в пошуковій системі. Збирайте дані про обсяг пошуку, конкуренцію та пов’язані ключові слова. Ключові слова мають відповідати нашій цільовій аудиторії та відповідати нашій стратегії контент-маркетингу.
14. Припустімо, ви лідер SEO; запропонуйте кілька ключових слів із великим об’ємом і невеликою складністю для [тема інтересу].
15. Проведіть аналіз розбіжностей у ключових словах, щоб визначити ключові слова з низьким рівнем складності та великим обсягом, за якими оцінюють наші конкуренти, а ми – ні. Розробіть план націлювання на ці ключові слова в нашій стратегії контент-маркетингу.
16. Використовуйте такі інструменти, як Google Keyword Plan-ner, SEMRush або Ahrefs, щоб визначити довгі ключові слова, пов’язані з [темою інтересу], які мають низьку конкуренцію та великий обсяг пошуку. Включіть ці ключові слова в нашу стратегію контент-маркетингу, щоб збільшити видимість нашої пошукової системи та залучити більше трафіку на наш веб-сайт.

17. Проведіть семантичний аналіз ключового слова

визначити пов’язані ключові слова з низькою конкуренцією та великим обсягом пошуку. Використовуйте ці ключові слова, щоб оптимізувати наш вміст для пошукових систем і збільшити наш органічний трафік.

18. Використовуйте функцію автозаповнення Google, щоб визначити фрази, які часто шукають, пов’язані з [тема інтересу]. Включіть ці фрази в нашу стратегію контент-маркетингу, щоб підвищити видимість нашої пошукової системи та залучити більше трафіку на наш веб-сайт.
19. Проведіть аналіз ключових слів, щоб визначити ключові слова з великим обсягом і невеликою складністю, які відповідають нашій цільовій аудиторії та відповідають нашій стратегії контент-маркетингу. Вибираючи ключові слова для націлювання, враховуйте такі фактори, як обсяг пошуку, конкуренція та відповідність нашій цільовій аудиторії.
20. Проведіть аналіз ключових слів для служби доставки їжі, орієнтованої на споживачів, які піклуються про здоров’я. Визначте ключові слова з великим обсягом і невеликою складністю, пов’язані зі здоровим харчуванням, плануванням їжі та послугами доставки їжі. Враховуйте такі фактори, як пошук

обсяг, конкуренція та релевантність для цільової аудиторії при виборі ключових слів мета.

21. Використовуйте Google Trends і аналітику соціальних медіа, щоб визначити популярні теми, пов’язані з стійка мода для бренду одягу. Розробіть план оптимізації вмісту великі обсяги, нескладні ключові слова, пов’язані з екологічною модою та етикою виробництво одягу.

22. Проведіть аналіз ключових слів для а Компанія B2B SaaS, що пропонує програмне забезпечення для керування проектами. Визначте великий обсяг нескладні ключові слова, пов'язані з проектом управління, управління завданнями та команда співпраця. Розглянемо такі фактори, як обсяг пошуку, конкуренція та релевантність до цільової аудиторії під час вибору ключових слів для націлювання.

23. Використовуйте функцію «Люди також запитують» Google, щоб визначте запитання, які часто шукають, пов’язані з безпекою дому для компанії, що займається охороною дому. Розробіть план оптимізації вміст навколо великого обсягу, низька складність

ключові слова, пов’язані з безпекою будинку та домашня автоматизація.

24. Проведіть аналіз ключових слів для компанія з виробництва кормів для домашніх тварин, орієнтована на власників собак. Визначте ключові слова, пов’язані з харчуванням собак, собачим кормом, для великого обсягу та низької складності. рецепти та поведінка собак. Враховуйте такі фактори, як обсяг пошуку, конкуренція, і релевантність для цільової аудиторії, коли вибір ключових слів для націлювання.
25. Надайте мені довгий хвіст, великий обсяг, нескладні ключові слова для [тема інтересу], ніби ви маркетолог вмісту.
26. Ви маркетолог контенту для туристичної компанії пані. Надайте довгі, багатооб’ємні та малоскладні ключові слова, пов’язані з розкішними подорожами. Враховуйте такі фактори, як обсяг пошуку, конкуренція та релевантність цільовій аудиторії під час вибору ключових слів для націлювання.
27. Ви маркетолог контенту для здоров’я компанії. Забезпечте довгий хвіст, великий обсяг, нескладні ключові слова, пов’язані з усвідомленістю та медитацією. Розглянемо такі фактори, як обсяг пошуку, конкуренція та релевантність

до цільової аудиторії під час вибору ключових слів для націлювання.

28. Ви маркетолог контенту для техніка компанії. Надайте довгі, великі обсяги, низькі складні ключові слова, пов'язані з хмарними обчисленнями. Вибираючи ключові слова для націлювання, враховуйте такі фактори, як обсяг пошуку, конкуренція та відповідність цільовій аудиторії.

29. Ви маркетолог контенту для модного марка іонів. Надайте довгострокові ключові слова, пов'язані з екологічною модою. Враховуйте такі фактори, як пошук обсяг, конкуренція та відповідність цільовій аудиторії при виборі ключових слів для націлювання.

30. Ви маркетолог контенту в косметичній компанії. Надайте довгі, великі обсяги, нескладні ключові слова, пов'язані з доглядом за шкірою. Вибираючи ключові слова для націлювання, враховуйте такі фактори, як обсяг пошуку, конкуренція та релевантність цільовій аудиторії.

31. Мені потрібна таблиця найкращих конкурентів за «Темою» та їхні URL-адреси, підібрані стратегом із ключових слів.

32. Дійте як експерт із пошукової оптимізації, маючи точну та детальну інформацію про ключові слова, і створіть список із 5 ключових слів із пошукової оптимізації, пов’язаних із наступним розділом дописів у блозі [розділ дописів у блозі].

33. Дійте як менеджер SEO та досліджуйте 10 найкращих стратегій ключових слів SEO для [тема]. Організуйте пошук (комерційний, транзакційний або інформаційний) для перелічених ключових слів у форматі таблиці:...

34. Як контент-стратег, створіть компіляцію, яка з X поширених запитань про стосуються , нового 35. Припустімо, що ·

ви дослідник ключових слів, створіть список ключових слів вмісту списку для [теми].

36. Ви менеджер з онлайн-маркетингу, складіть список широких тем, пов’язаних із [тема], і розширте кожну тему списком фраз, які, на вашу думку, використовують ваші клієнти.

37. Виконуйте функції SEO-менеджера для домашньої охоронної компанії. Дослідіть 10 найкращих стратегій для ключових слів SEO, пов’язаних із системами домашньої безпеки. Організуйте пошук (комерційний, транзакційний або інформаційний) для

перелічених ключових слів у форматі таблиці та надання рекомендацій щодо оптимізації вмісту навколо цих ключових слів.

38. Дійте як SEO-менеджер для медичного працівника. Дослідіть топ-10 SEO стратегії ключових слів, пов'язані з послугами охорони здоров'я. Організуйте пошук (комерційний, транзакційний або інформаційний). перелічені ключові слова у форматі таблиці та надати рекомендації щодо оптимізації вміст навколо цих ключових слів.

39. Виконуйте функції SEO-менеджера компанії, що займається програмним забезпеченням. Дослідіть топ-10 SEO стратегії ключових слів, пов'язані з програмними рішеннями. Організуйте пошук (комерційний, транзакційний або інформаційний). перелічені ключові слова у форматі таблиці та надати рекомендації щодо оптимізації вміст навколо цих ключових слів.

40. Дійте як SEO-менеджер для меблів роздрібний продавець. Дослідіть 10 найкращих ключових слів для SEO стратегії, пов'язані з меблями та домом декор. Організуйте пошук (комерційний, транзакційний або інформаційний). перелічені ключові слова у форматі таблиці та

надати рекомендації щодо оптимізації вмісту навколо цих ключових слів.

| 11 |

Структура електронного маркетингу Підказки

1. Використовуючи структуру «AIDA», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка приверне увагу вашої цільової аудиторії за допомогою переконливого заголовка, викликає інтерес, обговорюючи проблему, з якою стикається ваш ідеальний клієнт, створює бажання, висвітлюючи переваги вашого продукту/послуги, і спонукає до дії, надаючи чіткий заклик до дії.
2. Використовуючи структуру «PAS», створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка висвітлює проблему, з якою стикається ваш ідеальний кл

персони, викликає хвилювання їхніх проблемних точок і пропонує рішення, демонструючи переваги вашого продукту/послуги.

3. Використовуючи фреймворк «FAB», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка підкреслює характеристики, переваги та переваги вашого продукту/послуги та демонструє, як це може вирішити конкретну проблему, з якою стикається ваш ідеальний клієнт.
4. Використовуючи структуру «4Ps», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка висвітлює продукт, ціну, місце та просування вашого продукту/послуги та демонструє, чому це ідеальне рішення для вашого ідеального клієнта.
персона.
5. Використовуючи структуру «AIDCA», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка приверне увагу вашого ідеального клієнта, зацікавить вашим продуктом/послугою, викличе бажання, підкресливши його переваги, переконає їх вжити заходів, продемонструвавши соціальні докази, і, нарешті, запросить продаж через чіткий заклик до дії.

6. Використовуючи фреймворк «Open-Loop», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка

створює відчуття цікавості та очікування у вашій ідеальній персоні клієнта, представляючи проблему, а потім дражнячи рішення, а також підкреслюючи переваги вашого продукту/послуги.

7. Використовуючи структуру «Greased Chute», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка усуне будь-які перешкоди чи заперечення, які можуть виникнути у вашого ідеального клієнта, звернувшись до їхніх проблем і підкресливши, як ваш продукт/послуга може забезпечити рішення.
8. Використовуючи структуру «Storytelling», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка розповідатиме переконливу історію про те, як ваш продукт/послуга допомогла іншим клієнтам подолати ту саму проблему, з якою зіткнувся ваш ідеальний клієнт, а також підкреслюватиме переваги та унікальні особливості вашого продукту/послуги.
9. Використовуючи структуру ACBC, будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка висвітлює атрибути, переваги, витрати та конкуренцію вашого продукту/послуги та

демонструє, чому це найкраще рішення для вашого ıдеального клієнта.

10. Використовуючи фреймворк «CUBE», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка висвітлює можливості, унікальність, переваги та докази вашого продукту/послуги, а також демонструє, як це може забезпечити чудове рішення для вашого ıдеального клієнта.
11. Використовуючи структуру «перевернутого», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка перевертає традиційний пıдхıд до вирıшення проблем, спочатку висвітлюючи переваги та позитивнı результати вашого продукту/послуги, а потім розкриваючи проблему, яку вона вирıшує для вашого ıдеального клієнта.

12. Використовуючи структуру «П'ять W ı одна H», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка вıдповıдає на питання, хто, що, де, коли, чому та як ваш продукт/послугу, ı демонструє, як вона може забезпечити комплексне рıшення для вашого ıдеального клієнта.

    персона.
13. Використовуючи структуру «Принцип пıрамıди Мıнто», будь ласка, створіть маркетинг електронною поштою

кампанія, яка представляє проблему, з якою стикається ваш ідеальний клієнт, а потім логічно будує структурований аргумент, чому ваш продукт/послуга є найкращим рішенням, використовуючи чітку та стислу мову.

14. Використовуючи структуру «FOMO», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка створює відчуття терміновості та ексклюзивності, висвітлюючи обмежені за часом пропозиції, спеціальні акції та ексклюзивні функції вашого продукту/послуги, які ваш ідеальний клієнт не може дозволити собі пропустити.
15. Використовуючи фреймворк «Push-Pull», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка збалансує тактику push (виділення функцій і переваг вашого продукту/послуги) з тактикою pull (створення бажання та попиту на ваш продукт/послуги шляхом підкреслення їх дефіциту, ексклюзивності та попул
16. Використовуючи фреймворк «SCAMPER», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка творчо та інноваційно переосмислить ваш продукт/послугу шляхом заміни, комбінування, адаптації, модифікації, використання в інших цілях, усунення або зміни його фун

переваги, щоб звернути увагу на вашу ідеальну особистість клієнта.

17. Використовуючи структуру «Шість капелюхів мислення», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка демонструє переваги вашого продукту/послуги з шести різних точок зору, кожна з яких представлена капелюхом різного кольору (білий для фактів, червоний для емоцій, чорний для ризиків, жовтий для переваг, зелений для творчості та синій для організації).
18. Використовуючи структуру «Техніка драбинки», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка передбачає структурований процес мозкового штурму, коли кожен член вашої маркетингової команди по черзі представляє свої ідеї та спирається на ідеї один одного, щоб створити унікальну та ефективну маркетингову кампанію для вашого продукту/послуги.
19. Використовуючи структуру «Шестиетапний процес купівлі споживачем», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка націлена на вашу ідеальну персону клієнта на кожному етапі процесу купівлі (розпізнавання проблеми, пошук інформації, оцінка альтернатив, покупка

рішення, оцінка після покупки та утилізація), а також демонструє, як ваш продукт/послуга може задовольнити їхні потреби та очікування на кожному етапі.

20. Використовуючи структуру «Полотно ціннісних пропозицій», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка висвітлює ціннісну пропозицію вашого продукту/послуги, визначаючи робочі місця клієнтів, труднощі та переваги, які вона рекламує, а також продукти та послуги, з якими вона конкурує, і демонструє, як вона може надати унікальне та цінне рішення для вашого ідеального клієнта.
21. Використовуючи фреймворк «AIDA», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка приверне увагу вашого ідеального клієнта, зацікавить вашим продуктом/послугою, породить бажання отримати це та спонукає їх до дій (наприклад, зареєструватися, купити, поділитися з друзями тощо).
22. Використовуючи фреймворк «StoryBrand», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка розповідатиме переконливу та доречну історію про проблему вашого ідеального клієнта та позиціонуватиме ваш продукт

які можуть вирішити їхні проблеми та змінити їх життя.

23. Використовуючи структуру «SWOT-аналізу», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка аналізує сильні, слабкі сторони, можливості та загрози вашого продукту/послуги та демонструє, як можна використовувати свої сильні сторони, пом'якшити слабкі сторони, використати свої можливості та подолати загрози, щоб надати цінність вашій ідеальній персоні клієнта.

24. Використовуючи фреймворк «Зростання за рахунок продукту», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка демонструватиме цінність вашого продукту/послуги за допомогою безкоштовної пробної версії, freemium або іншої моделі, орієнтованої на продукт, і перетворює користувачів на платних клієнтів, забезпечуючи чудову взаємодію з користувачем і демонструючи переваги переходу на платний пл
25. Використовуючи структуру «перевернутої воронки», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка починається з повідомлення високого рівня, яке резонує з особистими цінностями та прагненнями вашого ідеального клієнта, і поступово переходить до більш конкретних повідомлень, які

продемонструйте, як ваш продукт/послуга може допомогти їм досягти цілей і подолати труднощі.

26. Використовуючи структуру «Біль-схвилюй-вирішення», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка визначає больові точки вашого ідеального клієнта, посилює їхній біль, викликаючи їхні страхи та розчарування, а потім пропонує переконливе рішення, яке може полегшити їхній біль і надати полегшення.
27. Використовуючи структуру «Емоційна торгова пропозиція», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка враховує емоційні потреби та бажання вашого ідеального клієнта та демонструє, як ваш продукт/послуга може їх задовольнити, забезпечуючи задоволення, статус, безпеку чи інші емоційні вигоди.
28. Використовуючи структуру «Доданої вартості», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка демонструє, як ваш продукт/послуга може надати додаткову цінність, окрім своїх основних функцій і переваг, таких як підтримка клієнтів, освітні ресурси, залучення спільноти або інші додаткові послуги.
29. Використання «Унікальної торгової пропозиції»

створіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка ідентифікує ваш продукт/ унікальні функції та переваги послуги, а також позиціонує їх як головну причину повинен вибрати ваш ідеальний клієнт це над своїми конкурентами.

30. Використовуючи фреймворк «Конверсійна воронка», будь ласка, створіть маркетингову кампанію електронною поштою який визначає етапи подорожі вашого ідеального клієнта від усвідомлення до покупки та створює цільові повідомлення та заклики до дії для кожного етапу для оптимізації конверсій і максимізувати ROI.

31. «Використання «Функції-Переваги-Переваги» рамки, будь ласка, напишіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка висвітлює [функції] нашого [продукту/послуги] та пояснює, як ці [переваги] можуть бути корисними для [ідеалу персона клієнта]. Розкажіть детальніше про [переваги] нашого продукту та про те, як він може позитивно вплинути на читача.

32. «Напишіть маркетингову кампанію електронною поштою, використовуючи фреймворк «PASTOR». больові точки [ідеального клієнта per-sona] і представити наш [продукт/послугу] як

рішення. Визначте [проблему] вони стикаються, посилюють наслідки не її вирішення, розкажіть [історію], пов'язану з проблемою, додайте [відгуки] щасливих клієнтів, представте нашу [пропозицію] і попросіть відповідь.

33. «Використовуючи структуру «До-після-мосту», будь ласка, напишіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка представлятиме поточну ситуацію з [проблемою], з якою стикається [ідеальний клієнт особа]. Покажіть їм світ після нас-розробку нашого [продукту/послуги] і те, як це відбувається покращили своє становище. Потім надайте а [міст], щоб показати їм, як вони можуть дістатися який покращив стан завдяки використанню нашого продукту.

34. «Напишіть маркетингову кампанію електронною поштою, використовуючи «Увага-Інтерес-Бажання-Дія» рамка для привернення уваги [ідеал клієнта] і переконати їх у цьому вжити заходів. Почніть із сміливого твердження привернути їх увагу, представити інформацію, що викликає їх [інтерес], констатувати переваги наш [продукт/послугу] для створення [бажання] і запитати про реєстрацію або покупку.

35. "Використання фрейму "Проблема-Агітація-Вирішення"-

роботи, будь ласка, напишіть маркетингову кампанію електронною поштою, яка визначає найболючішу [проблему], з якою стикається [ідеальна особа клієнта], і агітує проблему, щоб показати, чому це погана ситуація. Потім подайте наш [продукт/послугу] як логічне вирішення пробл